

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	7
PRÓLOGO	
<i>Rosa María Romero González</i>	9
INTRODUCCIÓN	11
SIGLAS	15
Capítulo primero	
DEFINICIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SOCIAL	17
¿Qué es una empresa social?	18
¿Qué es una empresa solidaria?	22
Economía social y solidaria y tercer sector	23
Las empresas del sector social y sus características	25
Las empresas sociales desde la perspectiva de Yunus	32
La importancia de las empresas sociales	34
Capítulo segundo	
LAS EMPRESAS SOCIALES, ALGUNAS EVIDENCIAS	39
Las experiencias relevantes	40
Robert Owen y la empresa social	43

La aportación de los pioneros de Rochdale	45
Las empresas sociales en Alemania: los inicios	47
La experiencia canadiense: las Cajas Desjardins y el Movimiento de Antigonish	49
El Grupo Mondragón	55
Las empresas sociales creadas por Yunus	61
Las empresas recuperadas en Argentina y Uruguay	61
Las incubadoras tecnológicas de cooperativas en Brasil	65
Evidencias de empresas sociales en México	69
 Capítulo tercero	
CREACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES	85
¿Por qué crear empresas sociales?	85
La empresa social desde lo local	88
Factores endógenos y exógenos que intervienen en la creación de las empresas sociales	90
¿Quiénes deben integrar una empresa social?	94
Creación de la empresa social	97
La visión de futuro	108
 Capítulo cuarto	
GESTIÓN DE EMPRESAS SOCIALES	113
Las particularidades en la gestión de empresas sociales	113
El liderazgo	114
La gestión de la empresa social	116
La información	129
 CONCLUSIONES	
	133
 BIBLIOGRAFÍA	
	135